

A mitjans de maig,
el nou director
d'El Periódico
de Catalunya, Enric
Hernández, posava en
mans d'una dona
—Olga Grau— l'àrea
d'Economia del diari.
Aquella era la segona
acció positiva
d'Hernández, en clau
de gènere, des que va
arribar al diari. Primer,
havia creat la figura de
la Defensora de la
Igualtat, un càrrec
pioner als mitjans i no
absent del subjacent
debat sobre la
necessitat d'eixamplar
horitzons per fer la
mirada informativa del
món més pluralment
justa, incorporant-hi
visió femenina.
La responsabilitat de
vetllar per assolir-ho,
que demana la reflexió
dels lectors, és de la
periodista Eva Peruga.

“La mirada dels mitjans continua sent masculina”

Carme Escales
Fotos: Sergio Ruiz

Sense referències de cap altra Defensora de la Igualtat en un mitjà de comunicació, d'on sorgeix la idea a El Periódico?

Directament de l'Enric Hernández, un home jove, que ha accedit a un càrrec important amb una mentalitat moderna, de progrés. Té quaranta anys, està casat amb una dona que treballa i té un fill petit. La meua interpretació personal és que ell deu viure la seva pròpia vida també amb igualtat, és un home del seu temps. Aquest és el punt. Penso que, més endavant, hi haurà un canvi a totes les estructures, en general, propiciat per homes així, que tenen clar que l'home és igual que la dona, i que, per tant, no se l'ha de discriminar, sinó que se l'ha de potenciar, donar visibilitat, pels valors i el talent que pot aportar a la millora de les nostres empreses i per la seva manera diferent d'observar el món.

Com de diferent?

Una mirada més plural, que contempla col·lectius que han estat amagats i soterrats, des de immigrants fins a persones discapacitades. La mirada de la dona va més enllà del seu món perquè està acostumada a fer-ho. La masculina és una mirada estrictament sobre el poder. No va més enllà de la primera línia de la societat, política, econòmica, dominada per ells.

Defensar la igualtat deu ser dur quan no hi ha paritat d'homes i dones a l'equip directiu de la redacció del diari...

Bé, el director acaba d'arribar, ha mirat cap al mercat i ha nomenat una dona com a cap d'Economia. Però de paritat encara no n'hi ha. I sé que la feina que m'ha donat el director no la podré acabar, perquè el més difícil que hi ha als mitjans de comunicació és canviar la mirada de la societat. Això només s'aconseguirà quan els mitjans estiguin, si no governats, amb una paritat d'un 50%, perquè el que aportarà la dona serà aquesta mirada diferent. No es tracta tan sols de donar notícies que afecten les dones, sinó també de reflectir com és l'esguard que les dones tenen sobre la societat.

Al diari on treballes, tots el nomenaments són votats pels treballadors, però el teu càrrec no es va sotmetre a cap votació, per què?

Quin sentiment té votar un càrrec que no ha existit abans?

I sobre l'interès que ha suscitat la teua figura, quina valoració en fas?

Penso que falta molta conscienciació respecte a la importància, no tant de la figura sinó de la transformació que s'ha de fer. Falta consciència sobre la necessitat d'aquesta transformació, més enllà de la figura. Si la figura no existís però



El càrrec d'Eva Peruga és pioner en el camp dels mitjans de comunicació, ja que no té cap precedent conegut en altres països.

el plantejament sí, passaria igual. Les nostres redaccions són un reflex de la nostra societat.

On és l'interruptor necessari perquè la igualtat entre homes i dones no necessiti ser defensada ni justificada?

A l'educació. El secret és educar en igualtat. És una feina que comença quan els nens són petits, a les escoles, a les famílies, fent que no hi hagi discriminació, que la imatge d'homes i dones sigui la de persones independents. Per això són tan importants els plans d'educació i els mestres. Un país que vol progressar ha d'educar els nens i nenes en igualtat perquè això és el progrés social. No hi ha progrés sense igualtat.

Que algú es pugui limitar a penjar-te una etiqueta de feminista, què et fa pensar?

Penso que qui no assumeix que el producte ha d'evolucionar i una de les seves evolucions ha de ser cap al tractament de temes diversos amb una mirada diferent, s'equivoca, ja que, desgraciadament, el que hem de fer els periodistes és intentar vendre més diaris. Ara som en un moment de guerra absoluta entre els mitjans de comuni-

"Només es canviarà la mirada de la societat quan els mitjans estiguin amb una paritat d'un 50%"

cació perquè hi ha crisi econòmica, perquè el mercat és més petit, perquè hi ha menys publicitat i només sobreviurà qui ofereixi un producte millor i crec que tot això que estem fent aquí va en aquesta línia. Sobretot pensant també que la dona avui és la gran consumidora de cultura.

Amb quines premisses et va proposar el director aquesta missió?

Em va dir que havia de ser una feina "pre" i "post". Hi ha dues línies d'actuació sobre el paper: en el "pre", jo ofereixo a la redacció la possibilitat de fer temes i, en el "post", hi ha tota la feina de vigilància sobre els continguts, una reflexió i anàlisi d'aquests, un cop han estat publicats: textos, imatges i dibuixos, tot tret de la publicitat.

A l'hora de proposar temes, participes dels consells de redacció?

No, jo ofereixo els temes que considero que s'haurien de tocar als caps d'àrea i a l'equip directiu, idees que penso que poden ser interessants, temes que ens afecten i que mai no es toquen, no només temes d'actualitat sinó també de fons, estudis, reportatges, o si trobo una dona protagonista, proposo que se li faci una entrevista.



Peruga admet que l'ha colpida la gran quantitat de dones que estan implicades en la lluita per a la igualtat.

El correu electrònic *defensoraigualdad@elperiodico.com* neix per vincular-te directament amb els lectors.

Sí, a part de la meua feina directa amb la redacció del diari, la defensora també té un bloc, al qual s'accedeix directament gràcies al web d'*El Periódico*, que al seu temps està vinculat a Facebook i Twitter. I, a més, dispo de aquesta adreça de correu electrònic per poder anar recollint suggeriments, queixes o informacions de la gent que després utilitzo per a l'article d'opinió que publico cada diumenge sobre el control del producte, actuo en funció de les cartes que m'arriben. Tot aquest conjunt de feina d'Internet m'apassiona.

Per què?

Per la interrelació amb les lectores i els lectors. A Facebook, penjo cada dia informacions que estan protagonitzades per dones, relacionades amb el tema de la igualtat i la dona. Aleshores interac-

M'escriuen, majoritàriament dones, unes cartes quilomètriques amb coses que no els han agradat

tu. Twitter és més per a informacions més immediates. L'actuació que més m'agrada és la que obeeix a l'emprenyament dels lectors respecte a la nostra feina, perquè penso que és una

manera de comunicar-te amb ells. Per als mitjans de comunicació, que estem buscant el nostre futur paper al món, aquesta interrelació entre els lectors i el periodista és molt interessant i gratificant. Els lectors cauen en coses de vegades que tu, pel fet de ser aquí a dins, no veus. Jo em llegeixo tot el que m'envien. A molts els contesto, encara que després no es publiqui res. L'intercanvi d'idees em sembla fonamental, per això triomfen les xarxes socials, perquè és on la gent es comunica i el que necessitem és una societat de la comunicació, que la gent es comuniqui i la manera que un diari tingui relació amb els lectors és a través d'aquestes cartes. Ara, en forma de correu electrònic.

Quin és el perfil de la gent que escriu a la defensora?

A Facebook, dones d'entre 30 i 45 anys. En realitat, és la franja que més es troba a la Xarxa. A les cartes que rebo, la gent és una mica més gran i també hi ha estudiants. Costa una mica perquè no hi estan acostumats. De fet, les cartes al lector, una figura amb tanta història, també costa que les escrigui gent nova. És un tema lent, s'ha d'animar els lectors i les lectores que si veuen imatges o continguts que no respecten el criteri de igualtat, m'escriguin argumentant-ho.

T'escriuen gaires homes?

Sí que m'escriuen, encara que majoritàriament són dones, perquè estan més a l'aguait del que pot significar el no-respecte a la igualtat. I, normalment, tant homes com dones, acostumen a ser professionals, gent instruïda. M'escriuen cartes quilomètriques, sobre què es pot dir, coses que no els han agradat. Sobretot hi ha col·lectius que vigilen el producte.

Què t'ha sorprès més fins ara de tot el que has rebut?

Sorprendre no és la bona paraula, perquè jo de la realitat que ens envolta ja en sóc conscient, però m'ha colpit molt agradablement la quantitat de dones que hi ha implicades en la lluita per la igualtat. També hi ha homes, però moltes dones, i de tots els àmbits, que fan una feina que no surt als mitjans i que a mi m'agradaria que sortís: col·lectius transversals, de professionals d'empresa, de casa, dones que treballen, que formen xarxes. Jo diria que la xarxa ja és una forma natural de la dona. Hem viscut sempre en xarxa, ens hem ajudat les unes a les altres i projectar això en un àmbit no estrictament familiar i d'amistats és un fet natural. Són una font molt important. No només els seus problemes sinó també les seves activitats,

el que li passa a una dona que té una petita empresa de publicitat, per exemple, o una botiga, o com afronta l'activitat empresarial una dona que treballa en un departament de recursos humans.

"Les dones hem viscut sempre en xarxa, ens hem ajudat les unes a les altres"

I dels col·lectius d'homes per la igualtat, què has après?

Que, malgrat que siguin un col·lectiu petit, han fet una reflexió molt interessant: L'home està sorprès i desconcertat sobre l'avenç de la dona en el món laboral, el pes que hem tingut, i ells s'han de reinventar a si mateixos. Per què? Perquè la masculinitat estava molt lligada a valors que ara es qüestionen, com el de portar els pantalons. El valor de la força ha mogut la socie-

Perfil

Eva Peruga va néixer a Barcelona l'any 1959. És llicenciada en Ciències de la Informació i ha treballat en ràdio i premsa. L'any 1990 va entrar a treballar a el Periódico de Catalunya, on ha estat responsable de l'àrea d'Internacional i analista de política exterior. Des de la seva especialitat en temes d'àmbit internacional, va ser en nombroses ocasions enviada especial d'esdeveniments cabdals, com el triomf electoral de Nelson Mandela o la caiguda del Mur de Berlín. Just abans d'acceptar el seu nou càrrec com a Defensora de la Igualtat, treballava com a reportera del "Quadern del diumenge" del Periódico i feia entrevistes per a la contraportada del rotatiu.

tat, però ara les dones ocupem més espais de l'àmbit públic i, per tant, tots aquests valors, en l'àmbit públic comencen a trontollar. Durant la crisi econòmica, s'han fet estudis en els quals es veu que la mirada de la dona en l'empresa és molt més enriquidora i dóna molt més beneficis que la de l'home. La Cambra de Comerç fa estudis sobre el que representa per a una empresa menystenir el talent de tantes dones que estudien a la universitat i que després no poden establir estratègies empresarials, tot això es comença a quantificar i significa un avenç i un canvi de mentalitat. Però en aquest canvi els homes s'han d'implicar. I aquest col·lectiu ho està. Òbviament, és un col·lectiu que està molt relacionat amb el que és l'educació, amb la feina a la llar, amb com s'eduquen els fills a la llar i el seu paper és ajudar les dones a ocupar el lloc que els correspon. Atès que som un 50% de la població, no podem parlar de minoria quan fem referència a les dones.

Amb aquesta responsabilitat, no et sobta que no hi hagi cap altre mitjà que mai no hagi apostat per una figura com la teva?

Sí. Això és una anàlisi molt senzilla de la realitat. El món està dominat pels homes i pel discurs masculí, per tant, tot el que és la irrupció de la dona al món laboral, als càrrecs, és un element desconegut. Compartir el poder és difícil. I la mirada en els mitjans de comunicació continua sent masculina perquè els que manen als mitjans de comunicació són homes. Tot i que noto que el tema dona, conciliació, cada vegada és més present als diaris.

Cal una figura com la teva per canviar això?

Home!, per què no ha de caler una figura, quan té una funció transversal?, insisteixo. És una figura que té comuni-



Peruga respon a tots i cadascun dels lectors que li escriuen al seu correu electrònic.

cació amb els caps d'àrea. És com tenir una secció dividida en seccions.

La figura de la Defensora de la Igualtat rep cap subvenció?

No.

T'han arribat reaccions de periodistes o d'altres mitjans?

Les dones periodistes organitzades, les primeres a qui vaig comunicar la creació del càrrec i com a dones periodistes compromeses amb la igualtat, van re-

accionar estupendament bé, contentes i donant-me tot el seu suport, que és molt important. Si s'ha creat també ha estat perquè hi ha hagut un col·lectiu de dones periodistes lluitant. Amb tot, no he rebut cap reacció de cap mitjà de comunicació.

I, ja que accentues l'educació en el tema de la igualtat, des de les facultats de comunicació, alguns professors també?

Alguna professora m'informa sobre acti-

vitats, però les universitats de Periodisme no s'han posat en contacte amb mi.

Doncs si hem d'esperar que el canvi arribi dels que ara són petits, potser ja no ho veurem.

Per això, segons el meu parer, intervenen les lleis i són necessàries les quotes i l'acció positiva.

Quin és el tipus de queixes més freqüent?

No hi ha gaires queixes sobre un tema concret. El que rebo són queixes o discursos en general que demanen que el tractament sigui igualitari.

En destacaries algun, dels correus rebuts?

Sí, el d'una estudiant de Periodisme. No tant pel que em plantejava, que eren coses en què jo també hi penso sobre cartes al director escrites per dones sinó pel fet que sigui una persona jove qui fa la reflexió. És allò de la malaltia i el símptoma. Si no analitzes el contingut i no en fas cap reflexió i no arribes a cap conclusió sobre aquests continguts, no podràs canviar-lo. I és bo que la gent que encara no ha començat a exercir pensi en aquest tipus de coses, perquè si és així, ells seran capaços de modificar el que nosaltres no hem fet correctament. I no tan sols en el pla de la igualtat sinó també en molts altres temes, gent que estarà implicada en la construcció de la mirada social.

Com t'ho fas a l'hora de transmetre queixes, teves o dels lectors, sobre els continguts? Treus una targeta vermella als autors?

No, simplement parlo amb ells. Hi ha articles redactats de manera apresada educacionalment, —no ho fan a propòsit—, els faig un comentari personal i ja està. Molts cops no són ni conscients de

la interpretació que pot arribar a tenir el que han escrit. No hi ha mala intenció.

Sobre el tema de la violència masclista, us heu plantejat noves pautes per informar-ne amb més profunditat?

El debat sobre si denunciar o no els agressors per estigmatitzar-los socialment està obert. El que s'ha d'evitar és fer espectacle al voltant d'aquestes informacions, perquè no aporta res. Cal prescindir de les opinions de gent sobre el caràcter de la víctima i l'agressor..., que no té cap valor i entrar en si hi havia hagut denúncies o no... Darrere d'això, hi ha una segona reflexió a fer: la dona habitualment només surt com a dona maltractada, com a víctima de violència masclista o com a prostituta, i hem de fer que surti en positiu. No solament seguir les pautes aportades pel Col·legi de Periodistes sobre com abordar les informacions de violència masclista i el tractament ètic d'aquestes, sinó també fent que la dona esdevingui protagonista positiva de les nostres informacions.

El cas de la prostitució n'és un altre exemple.

Sí, només es parla de les dones que exerceixen la prostitució però mai dels homes que van amb les prostitutes. Per què sempre el protagonista és ella i no pas ell?

Lliguem això amb la teva funció...

Homes que maltracten, que van amb prostitutes, d'ells no n'acostumem a parlar. Canviar el discurs no és una cosa que puguem fer en un dia ni a través de l'"aquí sóc jo qui porto els pantalons", és progressiu. I és objecte de debat. Per exemple, obrim el diari amb les queixes dels ajuntaments perquè les prostitutes fan nosa. Jo ja tinc coses a dir perquè, tot i que se'ls dona veu a elles en articles en primera persona en què expliquen la situació i un article d'una magistrada marcant una mica el que és

el debat, si prohibir o no prohibir la prostitució, la informació continua sent ella i no es parla d'ells. Ella, perquè molesta. Evidentment, tot això són temes que s'han de parlar. Però, és clar, fa pocs mesos que hi sóc. No he arribat a ocupar-me de tot encara. En parlaré, això segur. Moltes d'aquestes coses són un debat en la mateixa societat i crec que nosaltres com a mitjà de comunicació també hem de fer-lo. Nosaltres re-

"El llenguatge és masculí, encara que també ho és la mirada de la notícia"

collim les queixes dels ajuntaments, ara bé, és aquest l'enfocament? O en cal un altre?

Del llenguatge masclista, els plurals masculins..., també en fas cas?

No, a aquest apartat encara no li he clavet les dents.

Per què està pendent o per què és més difícil?

Perquè m'estic centrant més en continguts. El llenguatge, i sobretot la militància que hi ha hagut per canviar-lo, m'ho he d'estudiar encara. El llen-

"El periodisme escrit és difícil de conciliar amb la nostra vida personal"

guatge és masculí, encara que també ho és la mirada de la notícia. Possiblement tot arribarà, amb el canvi.

Què en penses, de les dificultats per conciliar?

Per la meua pròpia experiència, puc dir que el periodisme escrit és difícil de conciliar amb la nostra vida personal. No dic familiar, sinó personal, és a dir família, amics... Ara bé, crec que, per

exemple, es podrien modificar les hores de les reunions de tal manera que, -i això és una opinió personal-, el diari pogués avançar la feina. És clar, nosaltres podem fer aquest esforç, però si els protagonistes de les informacions no el fan, com ara els polítics, els empresaris, les associacions... Si continuem assistint per cobrir informativament actes que es fan a les 19.00 h, a les 20.00 h i a les 21.00 h del vespre, és impossible que els periodistes puguem conciliar feina i vida privada. Amb tot, podríem fer l'esforç d'avançar, sobretot culturalment i educacional en el sentit que a la feina hi som el temps necessari per acabar-la, no per escalfar una cadira. La cultura presencial s'ha d'eradicar i, a més, està molt lligada al comportament masculí.

Explica-m'ho bé això.

Sí, perquè la dona té vida fora de la seva feina. Normalment, s'encarrega de la família, de portar els nens al dentista, de si hi ha coses a la nevera, de la tintoreria... Els homes no. Els homes estan alliberats de tota la càrrega familiar i, per tant, el seu temps és molt més ampli. La dona, a la feina, tira més pel dret perquè té vida a fora. Nosaltres podem accedir al món laboral, però si ells no accedeixen al món familiar, al món de la llar, no aconseguirem la conciliació, ja que ells no tenen res més a fer que treballar. De totes maneres, la nostra feina és molt complexa. Als audiovisuals no els passa el mateix, hi ha el torn de matí i el torn de tarda, però a la premsa escrita, comences al matí i acabes al vespre. Que hem de canviar-ho? Potser si arribem a fer una redacció només d'Internet, això també canviï. En el paper, de moment, és difícil. Si bé és cert que si tota la direcció dels diaris fos femenina, possiblement això canviaria. Perquè la perspectiva de la dona sobre la vida és diferent a la masculina. ■